

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS  
MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP  
NIAT PEMBELIAN KEMBALI PADA KOPI SACHET**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun oleh:**

**LINDA ARUM SUKMA PUTRI**

**B100170183**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp (0271) 717417, Fax. 715448  
Surakarta  
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: [Ums@ums.ac.id](mailto:Ums@ums.ac.id)

---

## **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:  
**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS  
MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KEMBALI PADA KOPI SACHET**

Yang ditulis dan disusun oleh:  
**LINDA ARUM SUKMA PUTRI**  
**B100170183**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk  
diterima.

Surakarta, 31 Mei 2021  
Pembimbing Utama

**(Drs. Sri Padmantyo, MBA)**

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI PADA KOPI SACHET

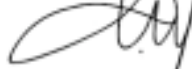


Disusun oleh:

**LINDA ARUM SUKMA PUTRI**

**B100170183**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Senin, 31 Mei 2021  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

#### Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. (  )  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Imron Rosyadi, S.E., M.Si. (  )  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Sri Padmantyo, MBA. (  )  
(Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



**Dr. Samsudin, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0017025701**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **LINDA ARUM SUKMA PUTRI**

NIM : **B100170183**


Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI  
MEREK, LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI  
KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KEMBALI PADA KOPI SACHET**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 31 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,



Linda Arum Sukma Putri

## **MOTTO**

Kesuksesan bukan tentang seberapa banyak uang yang kamu hasilkan, tapi seberapa besar kamu bisa membawa perubahan untuk hidup orang lain.

**Michelle Obama**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikan skripsi ini, penulis mempersembahkan karya kecil ini untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan segalanya yang tak pernah ternilai harganya.
2. Kedua orang tuaku Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan memberi nasihat dan masukan serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
3. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhaammadiyah Surakarta

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, loyalitas merek terhadap niat pembelian kembali pada pembelian kopi sachet. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 140 orang yang diambil secara acak yaitu masyarakat yang telah berulang kali mengonsumsi kopi sachet dengan berbagai macam jenis. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner menggunakan skala interval. Sampel yang diambil sebanyak 140 responden dengan teknik purposive sampling. Analisis data dengan analisis regresi berganda dengan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan kesadaran merek berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali, asosiasi Merek tidak berpengaruh terhadap niat pembelian kembali, loyalitas Merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali.

**Kata Kunci:** Kesadaran merek, Asosiasi merek, Loyalitas merek, persepsi kualitas, niat pembelian kembali

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of brand awareness, brand association, brand loyalty on repurchase intentions of purchasing sachet coffee. In this study, a sample of 140 people was taken randomly, namely people who had repeatedly consumed coffee sachets with various types. The data collection method was carried out through a questionnaire using an interval scale. The sample taken was 140 respondents with purposive sampling technique. Data analysis with multiple regression analysis and processed using the SPSS application. The results showed that brand awareness had a positive effect on repurchase intentions, brand association had no effect on repurchase intentions, brand loyalty had a significant effect on repurchase intentions, perceived quality had a significant effect on repurchase intentions.*

**Keywords:** *Brand awareness, brand association, brand loyalty, perceived quality, repurchase intention*



## KATA PENGANTAR



Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang tiada henti selalu memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI PADA KOPI SACHET”** sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa bantuan, bimbingan, semangat serta dorongan dari berbagai pihak merupakan motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E. M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Sri Padmantlyo, MBA selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan skripsi hingga penyelesaian ujian skripsi.
5. Dr. M. Nasir, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu merespon dan membantu saya selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi motivasi, bimbingan, bantuan dan arahan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, 31 Mei 2021

Penulis

**LINDA ARUM SUKMA PUTRI**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Tinjauan Teoritis .....	7
1. Kesadaran Merek.....	7
2. Asosiasi Merek .....	8
3. Loyalitas Merek.....	10
4. Persepsi Kualitas.....	11
5. Niat Pembelian Kembali.....	12
B. Penelitian Yang Relevan .....	14
C. Pengembangan Hipotesis .....	18
D. Model Penelitian .....	20

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Definisi Operasional Variabel.....	21
C. Populasi dan Sampling.....	23
D. Data dan Sumber Data .....	24
E. Metode Pengumpulan Data .....	24
F. Metode Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
A. Analisis Data .....	30
1. Analisis Diskriptif.....	30
2. Uji Instrumen Penelitian .....	31
3. Pengujian Asumsi Klasik.....	33
4. Uji Hipotesis .....	37
B. Pembahasan.....	39
BAB V PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan .....	42
B. Saran.....	43
C. Keterbatasan.....	44
DAFTAR PUSTAKA .....	45
LAMPIRAN .....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	30
Tabel 4.2 KMO and Bartlett's Test.....	31
Tabel 4. 3 Hasil Faktor Analisis .....	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	35
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Glejser SPSS</i> .....	36
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	37

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	20
----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2. Tabulasi Data .....	54
Lampiran 3. Uji Validitas .....	80
Lampiran 4. Uji Reliabelitas .....	89
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 6. Analisis Regresi Berganda.....	94